

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, dikarenakan penelitian ini lebih menekankan persoalan ke dalam kualitas data, bukan kuantitas data, sebagaimana dijelaskan oleh Kriyantono (2006: 58), bahwa pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penggunaan pendekatan kualitatif ini juga sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu mengetahui bagaimana makna Indonesia direpresentasikan oleh iklan Wonderful Indonesia versi *The Limitless Wonderful Words to Portray Indonesia*, dimana penggunaan penelitian kualitatif sendiri dinilai lebih memandang suatu obyek sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran, dan utuh, karena setiap aspek dari obyek itu mempunyai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. (Sugiyono, 2013: 5)

B. Tipe Penelitian

Penelitian ini bertipe interpretatif yang bermaksud untuk menjabarkan secara sederhana bagaimana dan mengapa suatu fenomena komunikasi terjadi. Penelitian interpretatif digunakan untuk menggali makna dan latar belakang dari tanda-tanda yang terdapat dalam objek kajian, dalam hal ini iklan Wonderful Indonesia versi *'The Limitless Wonderful Words to Potray Indonesia'*, untuk kemudian ditafsirkan dan dipahami lebih lanjut. Karena penelitian interpretatif merupakan suatu upaya untuk memperoleh makna yang lebih luas dan mendalam terhadap hasil penelitian, maka dalam pemaknaannya akan dilakukan dengan argumentasi peneliti.

C. Sumber Data

Penelitian ini bersumber dari dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Data primer penelitian yang digunakan adalah dokumentasi ‘*screen capture*’ iklan Wonderful Indonesia versi ‘*The Limitless Wonderful Words to Portray Indonesia*’.

2. Data Sekunder

Data pendukung atau data sekunder dari penelitian ini adalah literatur-literatur dari buku, jurnal, dan internet tentang iklan Wonderful Indonesia versi ‘*The Limitless Wonderful Words to Portray Indonesia*’.

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan iklan Wonderful Indonesia versi ‘*The Limitless Wonderful Words to Portray Indonesia*’, peneliti mengunduh video iklan dari media internet (*youtube.com*). Iklan ini kemudian dijadikan bahan untuk dianalisa dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah dengan cara mendokumentasikan ‘*screen capture*’ pada iklan Wonderful Indonesia versi ‘*The Limitless Wonderful Words to Portray Indonesia*’ yang berdurasi 00:30:01 terdiri dari 6 *scene* dan 23 *shot*.

Kemudian iklan di-*screen capture* setiap *shot*nya. Gambar-gambar yang sudah di-*screen capture* akan dipilih dan dianalisa dengan menggunakan analisis semiotika yang ada dan disajikan secara deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti juga akan menggunakan media sekunder untuk melengkapi referensi dan memperkuat data primer, yakni dengan berupa buku-buku literatur, dan

pendukung dari internet, serta bahan tertulis lainnya guna mendukung kelengkapan data.

E. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Sebagai instrumen, peneliti juga harus divalidasi, meliputi pemahaman peneliti terhadap metode penelitian dan wawasan peneliti dalam bidang yang diteliti. Yang melakukan validasi ini adalah peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode penelitian kualitatif, penguasaan teori dan pengetahuan terhadap bidang yang diteliti. (Sugiyono, 2013: 59)

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah dengan menggunakan semiotika model Roland Barthes seperti, makna denotasi, makna konotasi dan mitos yang digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam setiap *scene* pada iklan Wonderful Indonesia versi '*The Limitless Wonderful Words to Potray Indonesia*'. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Sedangkan Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi, ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Sedangkan mitos menurut Roland Barthes adalah keberadaan fisik tanda (denotasi) dan konsep mental (konotasi), menjelaskan beberapa aspek dari sebuah realitas (Sobur, 2013:71).

Tabel III.1

Peta Kerja Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (tanda denotatif)	
4. Connotative Signifier (penanda konotatif)	5. Connotative Signified (petanda konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Sumber: Paul Copley & Litza Janz(dalam Alex Sobur, 2013: 69)

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotative (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotative adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin (Copley dan Jansz, 1999:51) dalam Sobur (2013:69).

Tabel III.2

Tabel Kerja Pemaknaan Barthes

Tanda	Denotasi	Konotasi

Dalam table pemaknaan di atas, tanda tersebut dianalisis dalam sudut denotasi dan konotasinya sehingga memperjelas makna dan pengertian dari tanda yang ada di dalam iklan, sedangkan mitos akan dideskripsikan di bawah Table Kerja Pemaknaan Barthes.

G. Unit Analisis Data

Unit analisis dalam penelitian ini didapat dari keseluruhan teks yang terdapat dalam elemen visual yang terdapat pada beberapa *shot* yang mengandung makna dalam iklan Wonderful Indonesia versi ‘The Limitles Wonderful Words to Potray Indonesia’. Untuk mempermudah dapat dilihat dalam tabel:

Tabel III.3

Tabel Unit Analisis Data

Scene	Teknik	Sudut	Gradasi Warna	Visual	
	Pengambilan Gambar	Pengambilan Gambar		Penjelasan	Screen capture Shot